URORA 极光

汽车产业新格局
——新型汽车服务平台或将异军突起

2020年共享汽车发展趋势研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.07

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；

2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；

3、每周分享**经济学人**

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码
关注公号
回复：**研究报告**
加入“起点财经”微信群

核心观点

- 疫情冲击下，转型中的中国汽车市场产销两端加剧下滑；车企线上直播卖车开展自救，各地政府密集出台扶持政策；多方刺激下，中国汽车行业转型升级全面提速

- 以服务为导向的产业生态是汽车行业的演进方向，产业链中新型汽车服务平台异军突起，成为重要节点，共建汽车产业互联网

- 经过多年发展，共享汽车行业用户规模持续上升，2020年1月覆盖用户同比增长率达26.6%；共享汽车正向汽车管理和出行服务平台的2.0模式演进，赋能B端和连接用户双核驱动

- 集硬件、软件、运营管理能力于一体的GoFun Connect体系是共享汽车2.0模式的典型代表，覆盖车辆全生命周期的产业链

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

目录 CONTENTS

01 中国汽车产业发展面临的新形势及疫情影响

02 中国汽车产业转型升级的战略和方向

03 共享汽车在中国汽车产业转型中的作用

04 共享汽车转型升级企业案例

05 共享汽车未来发展趋势

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

01

中国汽车产业发展面临的新形势及疫情影响

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

中国汽车买方市场已然形成

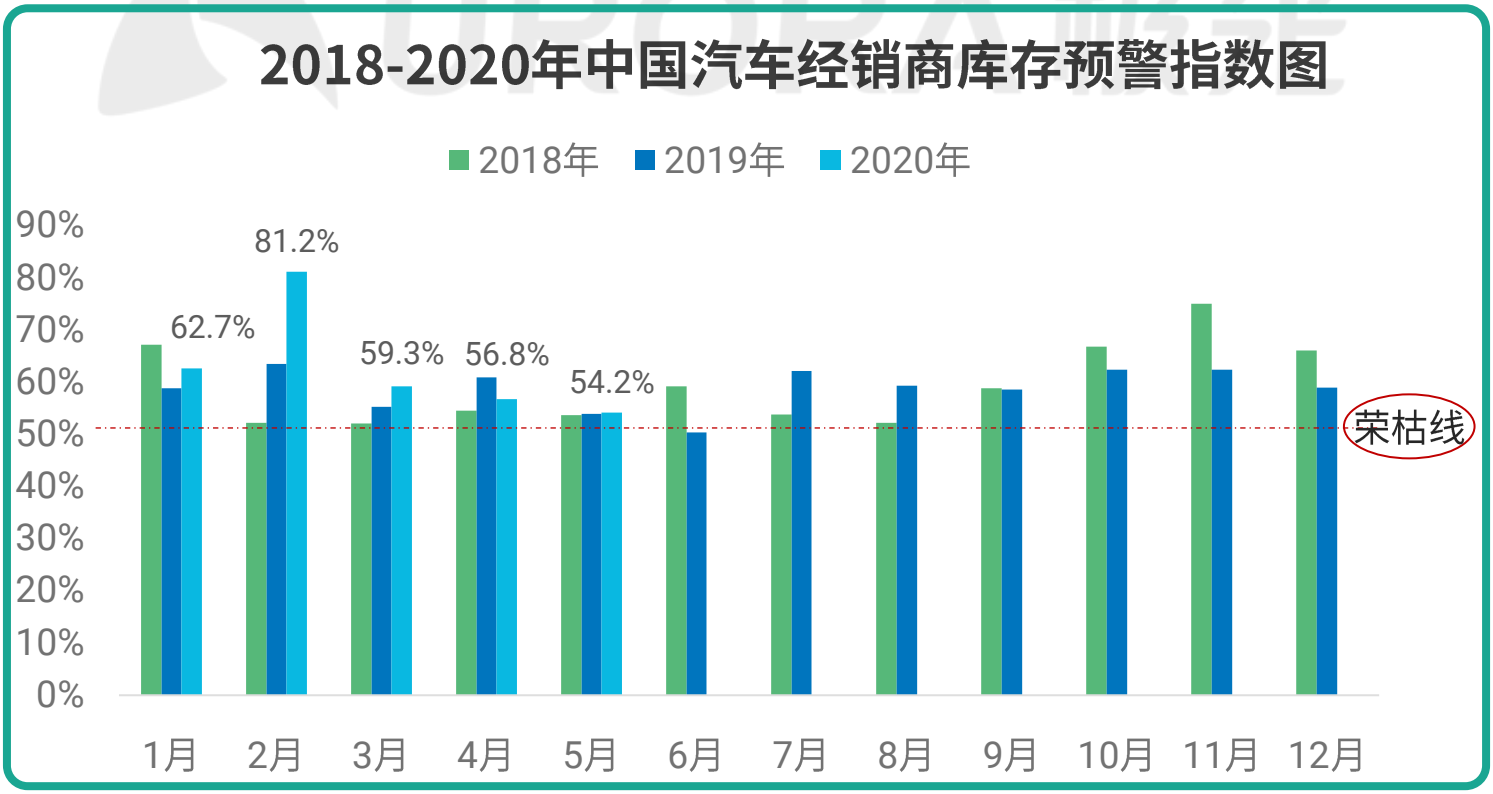
中国汽车市场结构调整，由卖方市场向买方市场转换

- 汽车市场正在进行结构性转变，由过去以资源型、渠道型主导的卖方市场时期，进入以市场行为为导向的买方市场阶段
- 一方面，2019年，中国汽车行业零售额近4万亿，全国私家车的保有量首次突破2亿辆，显示出汽车产业在中国国民经济的支柱产业地位和汽车市场消费需求日益增长；另一方面，2019年中国汽车产销量出现下滑，降幅较上年进一步扩大；受车市下滑态势影响，经销商库存预警指数已连续2年高于50%

2019年中国汽车产销数据

中国汽车行业零售额达**39,389亿元**	全国私家车保有量达**2.07亿辆**	汽车产量**2,572.1万辆**，同比下滑**7.5%** 汽车销量**2,576.9万辆**，同比下滑**8.2%**
占全国商品零售额比值达**9.6%**	首次突破**2亿辆**	产销量降幅比上年分别扩大**4.2**和**5.4**个百分点

2018-2020年中国汽车经销商库存预警指数图



数据来源：中国汽车行业零售额来自国家统计局；全国私家车保有量来自公安部；汽车产销量来自中国汽车工业协会；经销商库存预警指数来自中国汽车流通协会

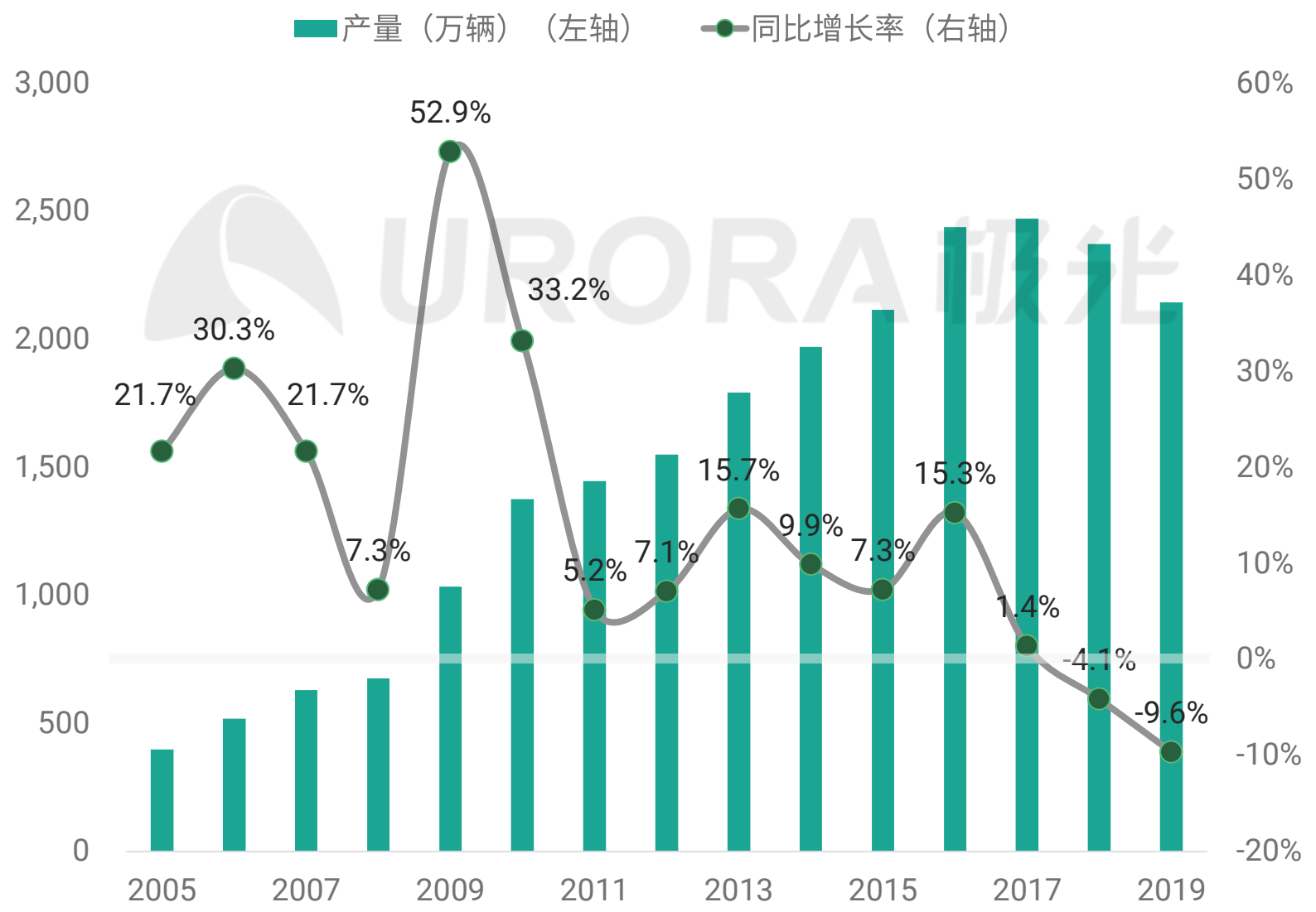
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

中国乘用车销量连续两年下滑

2019年中国乘用车销量同比下滑9.6%

- 虽然从2009年起中国就成为世界上最大的汽车生产国，但从2018年开始，中国汽车产销量已连续两年同比增长率下滑；2019年，乘用车销量2144.4万辆，同比下滑9.6%；汽车产业转型升级压力凸显

2005-2019年中国乘用车销量



数据来源：中国汽车工业协会

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

疫情对中国汽车产业的影响

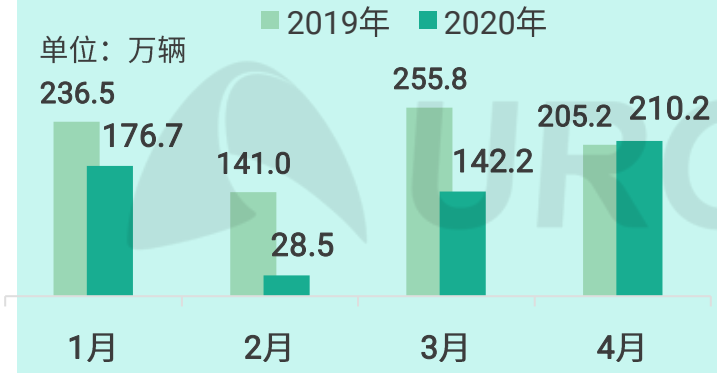
4月国内汽车产销回暖，中国汽车产业链仍面临考验

- 疫情对汽车产业的供应链、物流配送、市场营销和客户服务等方面均带来冲击；2020年4月，汽车产销分别达到210.2万辆和207万辆，比上月分别增长47.8%和44.8%，比上年同期分别增长2.4%和4.5%，表现出中国汽车产业链的强劲韧性
- 全球疫情的背景下，海外零部件企业复工迟缓的情况下，中国汽车产业链再次面临考验

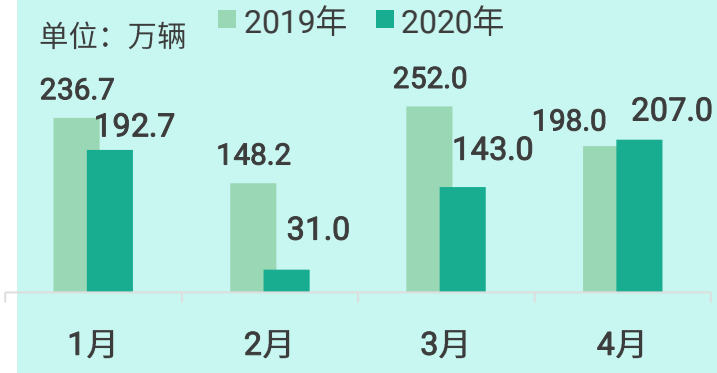
疫情之下中国汽车行业产销情况

汽车行业总体

汽车行业生产规模



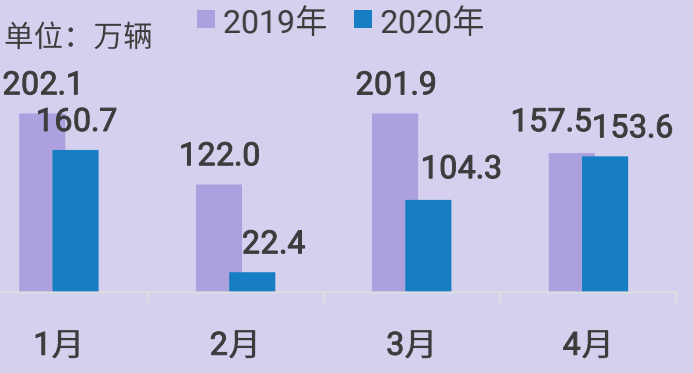
汽车行业销售规模



乘用车

乘用车生产规模

乘用车销售规模



数据来源：中国汽车工业协会

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

汽车产业链各环节面临的问题

产品导向模式下，汽车产业链各环节承压

- 过去二十多年的中国汽车产业链建立起以整车制造厂为中心，以产定销的传统汽车消费模式
- 在汽车产销量下滑和转型升级的背景下，产业链上中下游均暴露了一些问题；上游汽车制造环节，由于销量下滑，整车厂存在厂能过剩，资金压力增大；中游汽车销售环节，4S店存在库存积压和厂家主导的被动营销问题显现；下游汽车后市场环节，市场广阔但行业集中度低，服务质量亟待提升

产业链环节	面临的问题
上游汽车制造 零部件厂　整车厂	关键核心技术掌握不足 产能过剩风险显现 销量下滑带来的资金压力 造车新势力的崛起
中游汽车销售 4S店　汽车卖场 电商平台	库存积压 厂家推动的被动式营销模式 新零售模式的冲击
下游汽车后市场 汽车养护维保　汽车金融 汽车用品　汽车保险 二手车交易	以4S店为主导的渠道结构 行业集中度低 市场起步晚，成熟度低 无法满足客户多元化需求

资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

车企/经销商寻找新的营销渠道

加快汽车行业数字化进程，汽车直播成为焦点

- 面对严峻的市场形势，车企和经销商纷纷开展“自救”，几乎所有主流品牌，都开始大规模尝试线上卖车；通过汽车资讯平台、短视频平台和电商平台进行带货，并提供在线看车、上门试驾、在线购车、上门交车和保养等服务；一定程度上，这些新的营销手段探索行为也促进了汽车新零售的发展

布局线上渠道发力直播卖货

☐ 在线看车	☐ 直播说车
☐ 上门试驾	☐ 短视频介绍车辆卖点
☐ 旧车线上、上门评估	☐ 建立微信群与粉丝高频互动
☐ 上门保养	☐ 在线购车，上门交车

汽车直播生态图

资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

全国各地出台促进汽车销售政策

重启汽车消费，中央和地方政策先行

- 疫情发生以来，不仅中央层面，各级地方政府也纷纷出台促进汽车消费的政策；这些政策不仅有针对增量市场，如放宽限购政策、增加新车购车补贴等，也有针对存量市场的“以旧换新”置换车辆补贴等；另外，中央和地方政策还加大了对二手车市场的支持力度
- 在政策支持和企业自救等多层面合力的推动下，此次疫情正在加速中国汽车产业的转型升级的进程

2020年全国各地出台促进汽车销售政策（未完全统计）

中央层面

- 2020年2月24日，工信部发布《关于有序推动工业通信企业复工复产的指导意见》，明确指出要积极稳定汽车等传统大宗消费
- 2020年3月13日，23个部委联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，再次提出要落实好现行中央财政新能源汽车推广应用补贴政策和基础设施建设奖补政策，推动各地区按规定将地方资金支持范围从购置环节向运营环节转变
- 2020年4月23日，财政部、工信部、科技部、发改委联合发布《关于完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
- 2020年4月29日，国家发改委、工信部、财政部、生态环境部等11部门联合发布了《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》
- 2020年4月8日，财政部、国家税务总局发布《关于二手车经销有关增值税政策的公告》

地方政府层面

佛山市，2月3日，《关于印发佛山市促进汽车市场消费升级若干措施（试行）》
广东省，2月21日，《关于印发广东省进一步稳定和促进就业若干政策措施的通知》
深圳市，2月28日，《关于统筹推进疫情防控和经济社会发展工作的若干措施（试行）》
湖南省，3月4日，统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展第五场发布会
珠海市，3月11日，《关于有效降低疫情影响促进经济平稳运行的实施意见》
浙江省，3月24日，《关于提振消费促进经济稳定增长的实施意见》
山西省，4月3日，《关于实施汽车消费专项奖励的通知》
四川省，4月3日，《2020年四川省支持开展汽车下乡专项活动实施方案》
江苏省，4月14日，《关于积极应对疫情影响促进消费回补和潜力释放的若干举措》
河北省，4月16日，《2020年河北省新能源汽车发展和推广应用工作要点》

资料来源：根据公开资料整理

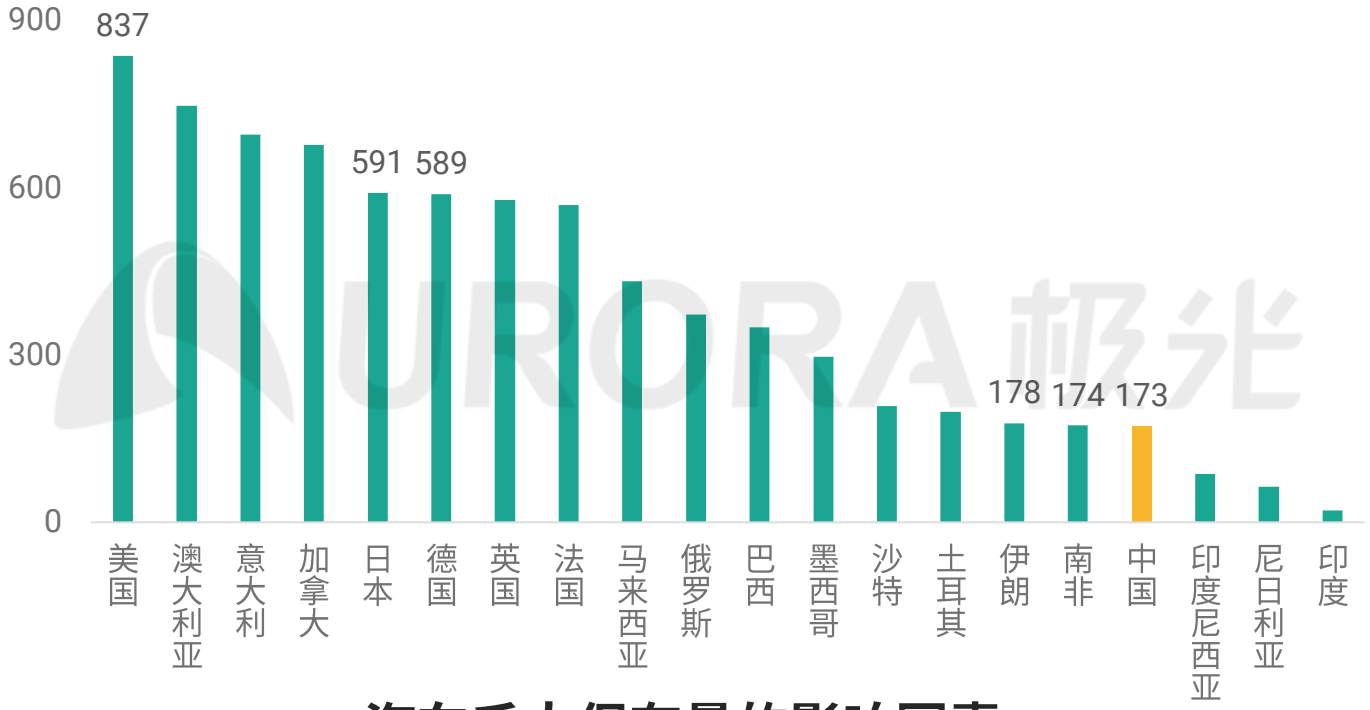
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

我国车市仍有较大增长空间

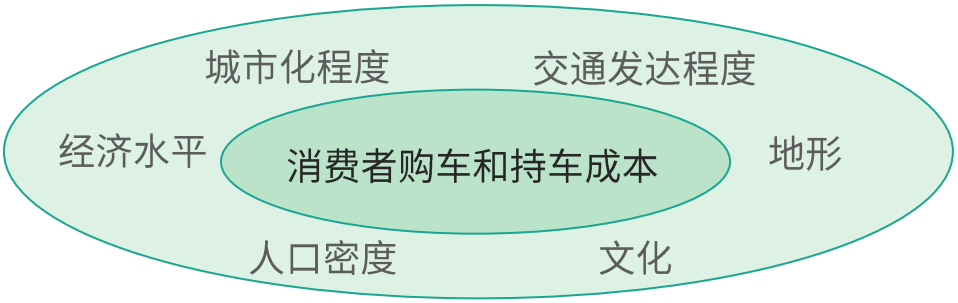
中国汽车千人保有量水平偏低

- 从世界银行公布的全球20个主要国家千人汽车拥有量数据来看，中国每1000人汽车拥有量为173辆，位列榜单第17名；中国千人汽车拥有量不仅不敌欧、美发达国家，也低于一些发展中国家（伊朗178辆/千人，南非174辆/千人），显示出中国车市仍然有较大增长空间
- 影响汽车千人保有量的外部因素是多元的，如国家经济水平，城市化程度和交通发达程度，甚至包括地形、人口密度和文化等；国内购车的需求和条件仍然存在，如何降低消费者的购车和持车成本是关键

2019年全球主要国家汽车千人保有量



汽车千人保有量的影响因素



数据来源：全球主要国家汽车千人保有量来自世界银行

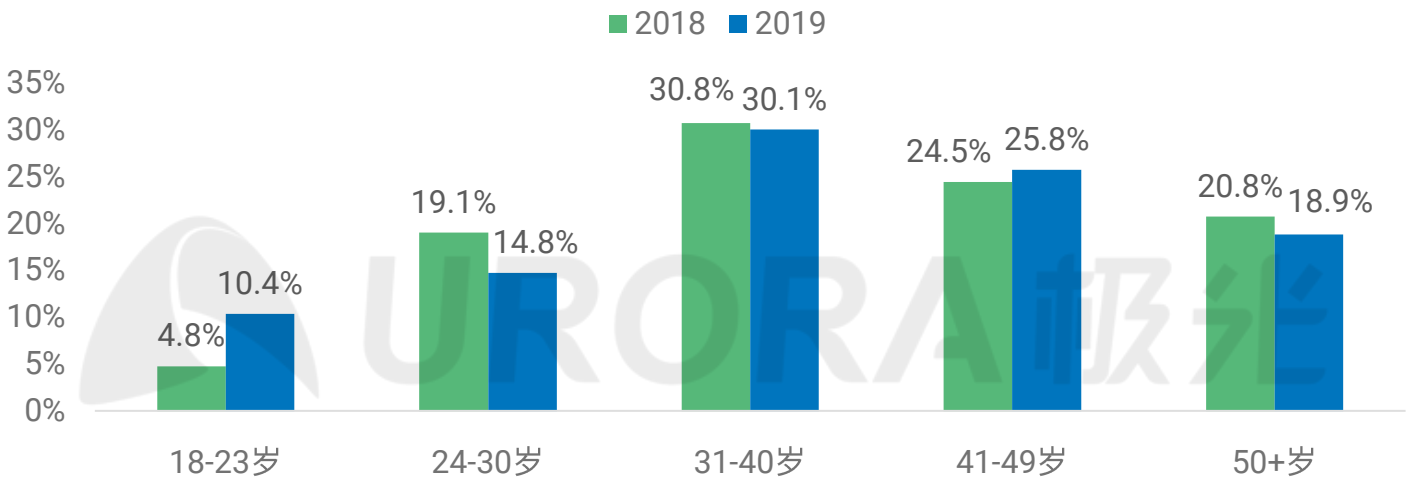
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

80、90后的汽车消费观

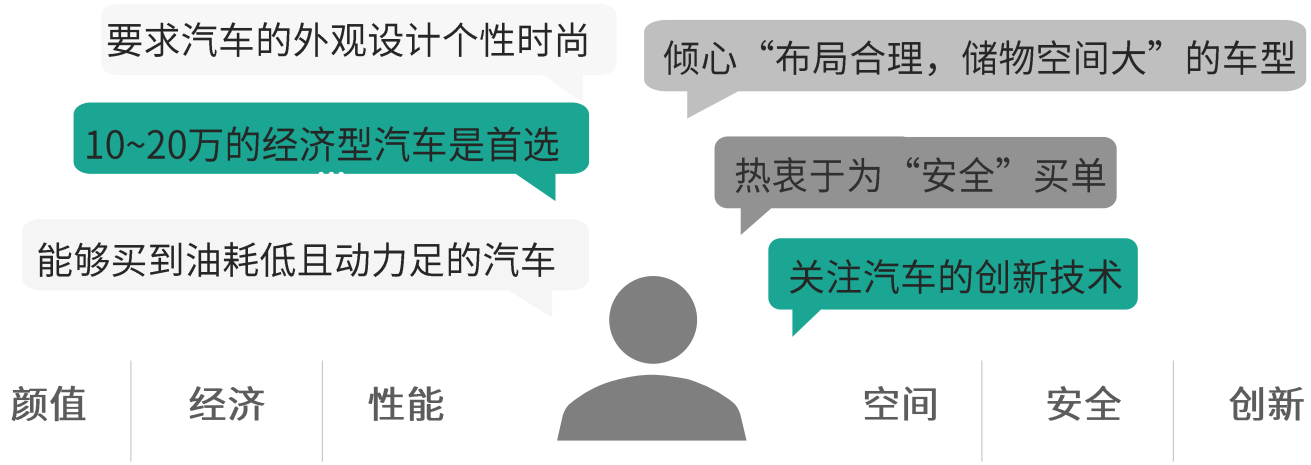
80、90后人群购车观念更加理性成熟

- 根据2018-2019年留资、到店、试驾、购车行为人群年龄分布数据，80、90后占据核心地位，相比2018年，95后强势增长，成为汽车消费人群的生力军
- 与其他世代消费观念差异大，80、90后购车观念趋向理性成熟，注重外观、性能、安全等，不崇尚炫耀式消费，而是希望在一定预算范围内买到性能和配置最出众的车；相比高昂的购车和持车成本，移动互联网出行服务是伴随互联网成长起来的80、90后重要的选择之一；这样的趋势，受疫情影响将进一步加强

2018-2019汽车行动用户年龄分布



80、90后的汽车消费观



数据来源：汽车行动用户年龄分布来自巨量引擎&中国汽车流通协会《2019中国汽车消费趋势报告》；80、90后汽车消费观来自吴晓波频道《新年轻一代汽车消费洞察报告》

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

政策支持促进汽车产业发展

明确建设汽车强国的战略目标，引导产业发展

- 面对汽车产业的变革，《汽车产业中长期发展规划》对我国汽车产业发展提出了更高的要求，提出以创新驱动、协同发展、开放包容的原则实现发展汽车强国的目标，突破关键技术、实现全产业链安全可控
- 在汽车购置税方面，小排量乘用车优惠政策刺激当时汽车销量，甚至一定程度透支了未来一到两年的销量，目前免购置税政策调整为针对新能源汽车；投资方面，对外资的进一步开放有利于优化国内汽车市场的竞争格局，加速优胜劣汰，提高产业健康程度；在环保方面，2019年北京、上海等地提前执行国六标准，引领更高的环保要求，也促使一部分消费者持币观望

汽车产业转型升级政策（部分）

《汽车产业中长期发展规划》

2017年4月6日，工业和信息化部、国家发展改革委、科技部联合印发

购置税优惠政策

2015年10月-2017年的小排量乘用车购置税优惠政策
自2018年1月1日起，恢复按10%的法定税率征收车辆购置税
2017年12月26日，国家税务总局《关于免征新能源汽车车辆购置税的公告》

中国市场继续对外资开放

2018年4月17日，国家发改委宣布汽车产业开放时间表；通过5年过渡期，汽车行业将全部取消外资股比等限制

“国六”排放标准提前实施

2016年12月23日,环境保护厅发布《轻型汽车污染物排放限值及测量方法（中国第六阶段）》

按照《国六》要求，自2020年7月1日起，所有销售和注册登记的轻型汽车应符合国六（a）限值要求。北京、深圳、上海、海南、山西等地在2019年开始试行
2020年4月29日，《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》，其中确定了国六PN限值延期

资料来源：根据公开资料整理

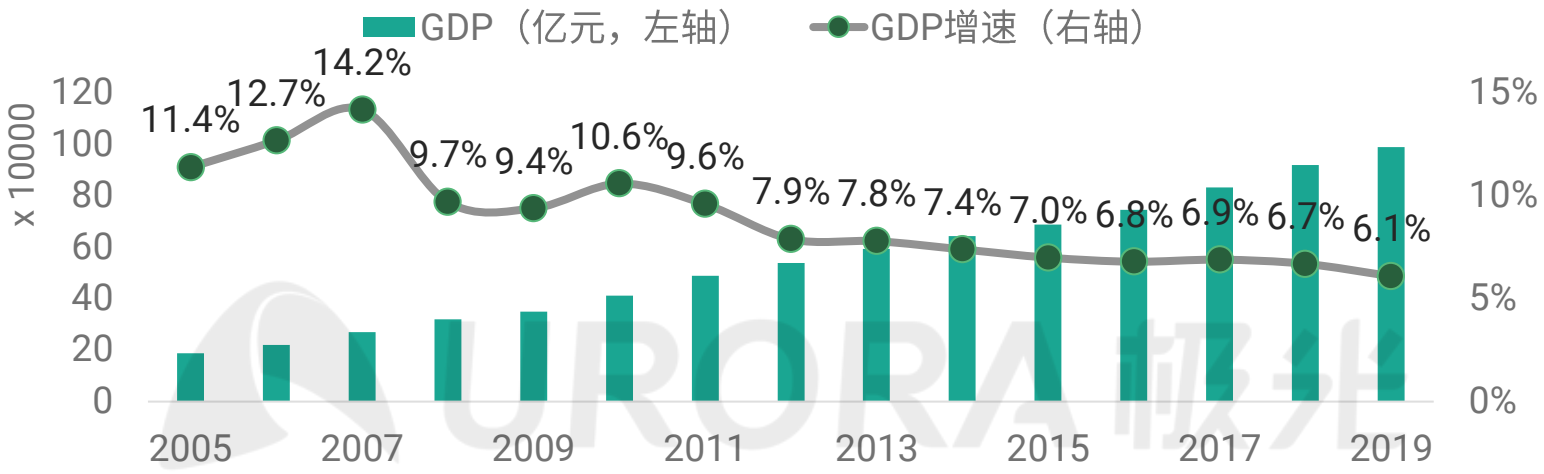
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

汽车产业转型升级经济环境分析

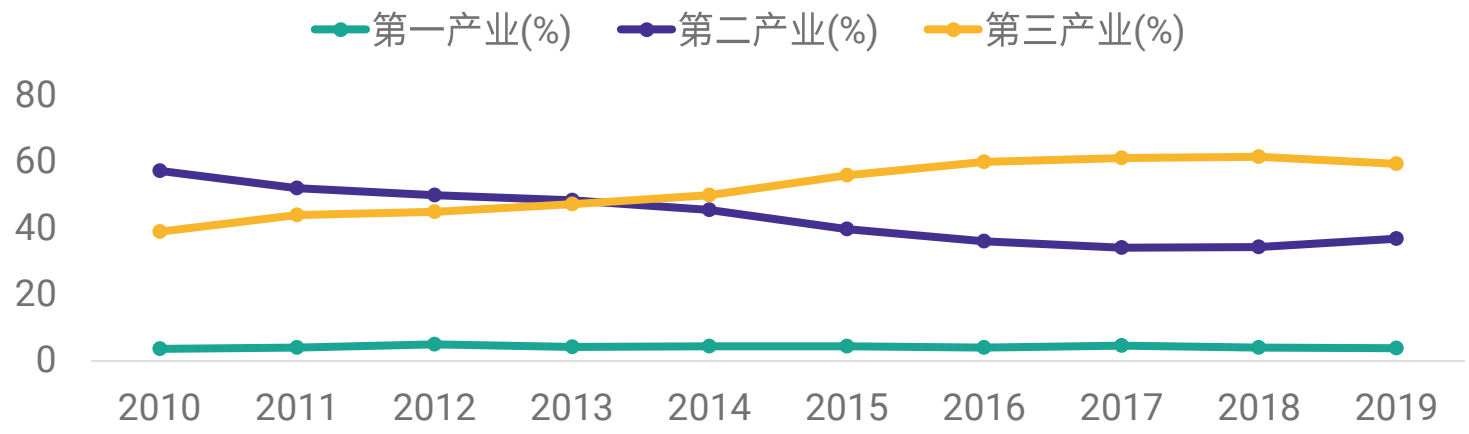
GDP与乘用车销量同比增速基本匹配

- 中国整体经济放缓的新常态下，中国经济正由工业主导型的经济转向服务业主导型的经济，从2014年开始第三产业对GDP贡献率开始超过第二产业
- 一方面，受经济下行压力影响，汽车产业承压；另一方面，在新旧动能切换的过程中，汽车产业也蕴含着服务化转型升级的契机

中国国内生产总值变化



中国三次产业对GDP贡献率



数据来源：国家统计局

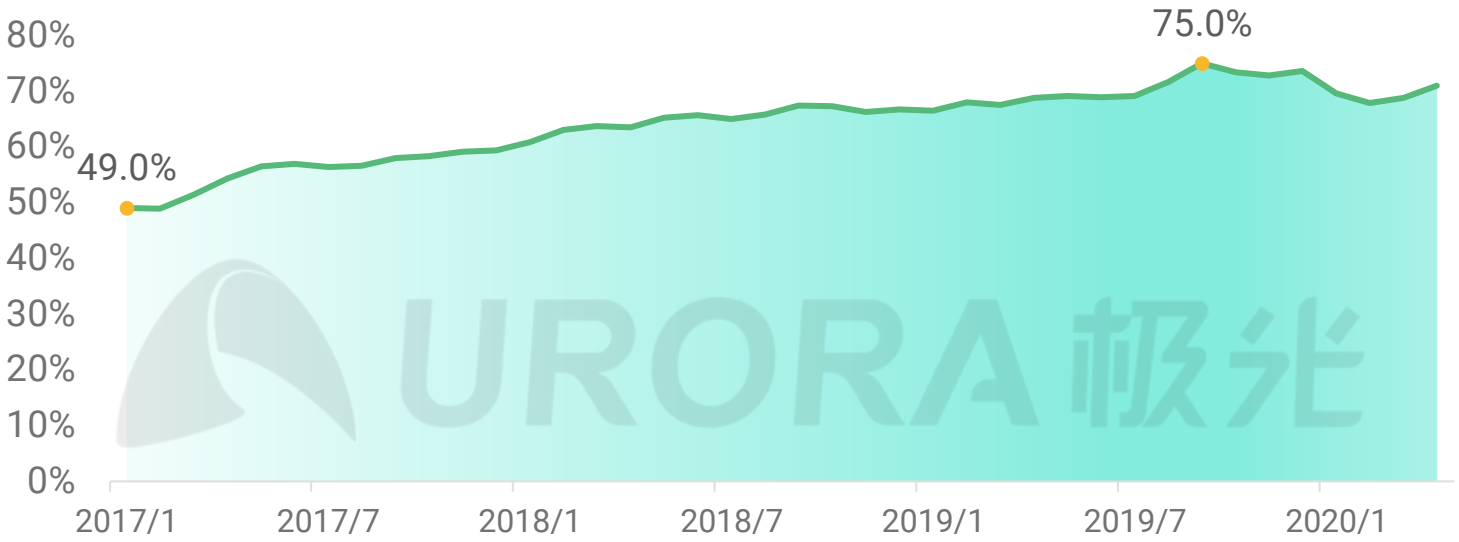
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

汽车产业转型升级社会环境分析

伴随着互联网成长的年轻一代成为汽车消费的主力

- 在移动出行领域，行业渗透率由2017年年初的49%上升至2019年7月75%的高点，移动出行正在影响消费者由购买汽车转向购买出行服务的观念转变
- 在全国手机网民中，80、90后用户占比达42.3%；伴随着互联网成长起来的年轻一代他们在生活消费观念上与以往不同；截至2019年6月，根据公安部数据，34.1%机动车驾驶人年龄层为26-35岁，年轻一代逐步成为汽车消费的主力

移动出行行业渗透率



截至2019年6月，
全国机动车驾驶人数量达

4.22亿人

34.1% 26至35岁年龄段占比

截至2020年3月，
全国手机网民规模达

8.97亿人

42.3% 80、90后用户占比

数据来源：移动出行行业渗透率来自极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；机动车驾驶人数来自中国公安部交通管理局；全国手机网民数量来自CNNIC

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

汽车产业转型升级技术环境分析

“CASE”新四化引领新一轮汽车产业科技变革

- 当前，新一代信息通信、大数据、人工智能、新材料和新能源等技术正加速与汽车产业融合，在新四化理念的引领下，汽车正从交通工具转变为大型移动智能终端、储能单元和数字空间；多元的技术进入汽车行业的同时，也带动科技巨头和新技术创业公司进入汽车产业中，这些入局者形成一股新的造车势力

C Connected Car 网联化

网联化指汽车搭载先进的车载传感器等装置，并融合现代通信与网络技术，实现V2X智能信息交换共享

在C-V2X应用方面，我国初步构建了“5+2”车联网示范区格局

A Autonomous 智能化

智能驾驶和无人驾驶是智能化的两大核心

根据HIS Markit的预测，到2030年，全球L4/L5渗透率达到15%，L1-L5自动驾驶总渗透率达到65%-70%

S Sharing 共享化

共享化指高效率需求匹配和调度的出行服务系统，需要基于网联化和无人驾驶技术的发展

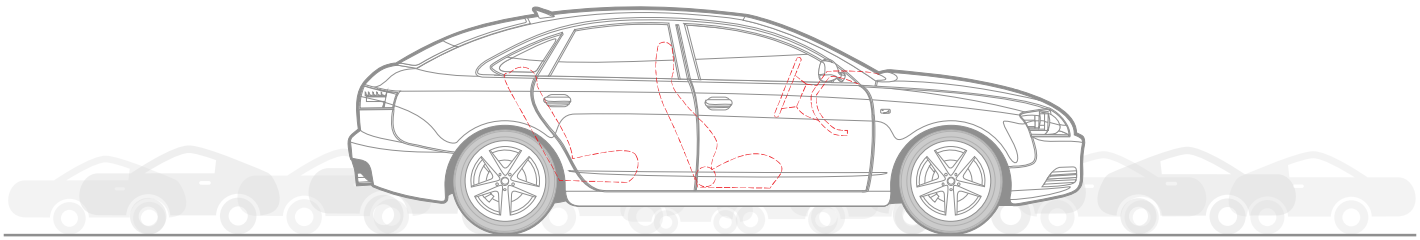
当前网约车、分时租赁都是非成熟条件下的共享化模式；根据极光数据，共享出行行业2020年4月行业渗透率约为19%

E Electricity 电动化

电动化指车型动力系统全面向新能源体系转变

中国新能源汽车产业从培育期走向成长期，形成以宁德时代和比亚迪等在关键领域有竞争优势的本土企业

2019年，我国新能源汽车产销量超过120万辆



资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

各方促使汽车产业发生变革

共享平台成为汽车产业链价值再分配的中枢

- 在复杂多变的经济社会环境中，移动互联网出行平台、新技术平台和车企三股力量共同促进了这场汽车产业由输出产品向输出服务的转型发展进程，出行即服务的时代已经来到；汽车产业链价值分布的变化引起行业价值的再分配，价值重心向汽车售后和出行服务等服务端倾斜，共享平台成为价值再分配的中枢

汽车产业新价值链

出行即服务版图

自有车辆		出行即服务								公共交通
购买	租赁	共享汽车							网约专车	需求相应式	
		自有车辆共享	基于月租的自有车辆	租借		基于站点的共享汽车	即时用车	拼车共享			
		Audi Unite	Volvo	Sixt	点到点 Drivy	omni	Drive Now	Bla Bla Car	Gett	Moia	

从“拥有车辆” 到“使用车辆”

资料来源：Accenture，Mobility-as-a-Service-Point-of-View-2018

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

02

中国汽车产业转型升级的方向

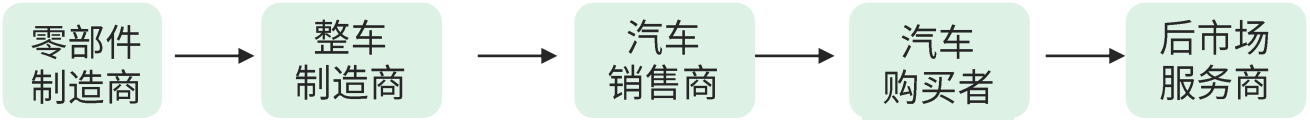
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

汽车产业的演进方向

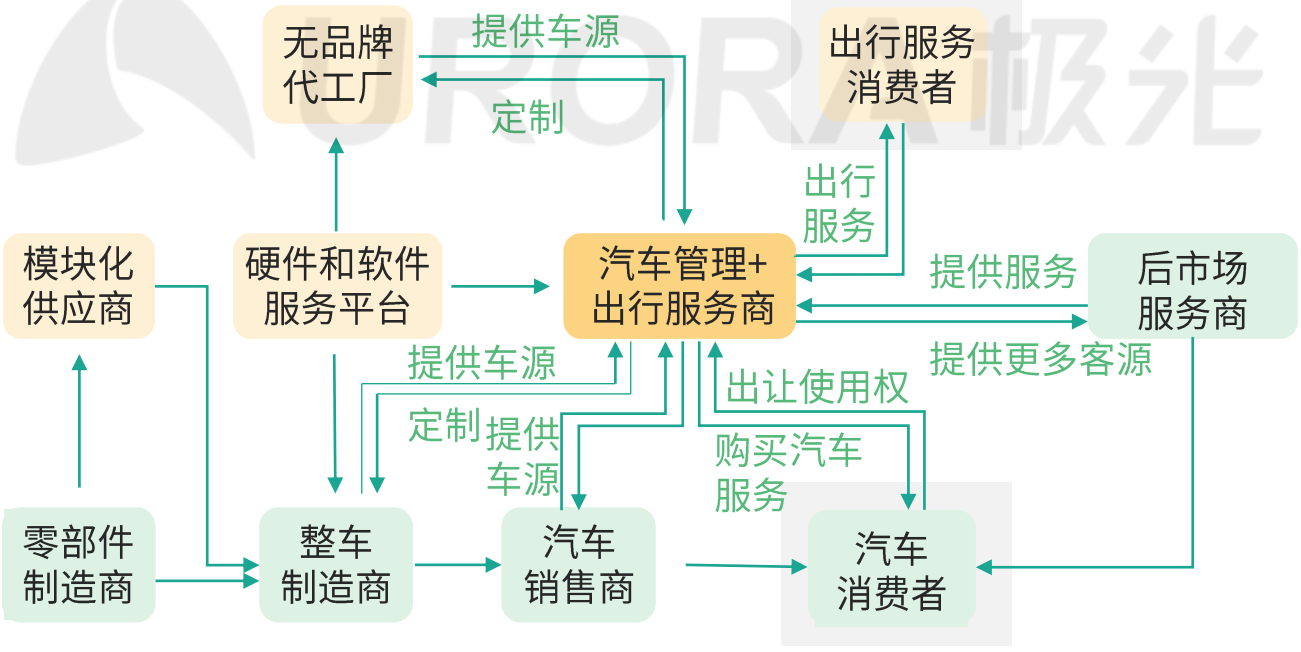
产销两侧共促汽车产业“服务化”升级的趋势

- 传统汽车产业链以整车厂为主导，以产品为导向，零部件厂商围绕整车厂服务，消费者需要自行对接汽车销售和用车的各项服务，并最终自行处理汽车回收的问题
- 新汽车产业生态以服务为导向，汽车管理+出行服务商成为产业核心；在汽车设计制造环节，由于电动化和网联化的趋势，标准化和模块化生产成为可能，将产生动力电池厂商等模块化供应商；在汽车消费环节，消费者可以选择购买汽车或出行服务；服务链路下游玩家可以定制生产汽车；汽车未来将定位为移动硬件空间，产生更多个性化定制的消费需求

传统汽车产业生态——“研产供销服”单链路



新汽车产业生态——以服务为核心的网状组织



数据来源：中国汽车报，王晓明著《新时代，新格局：汽车产业的解构和重构》

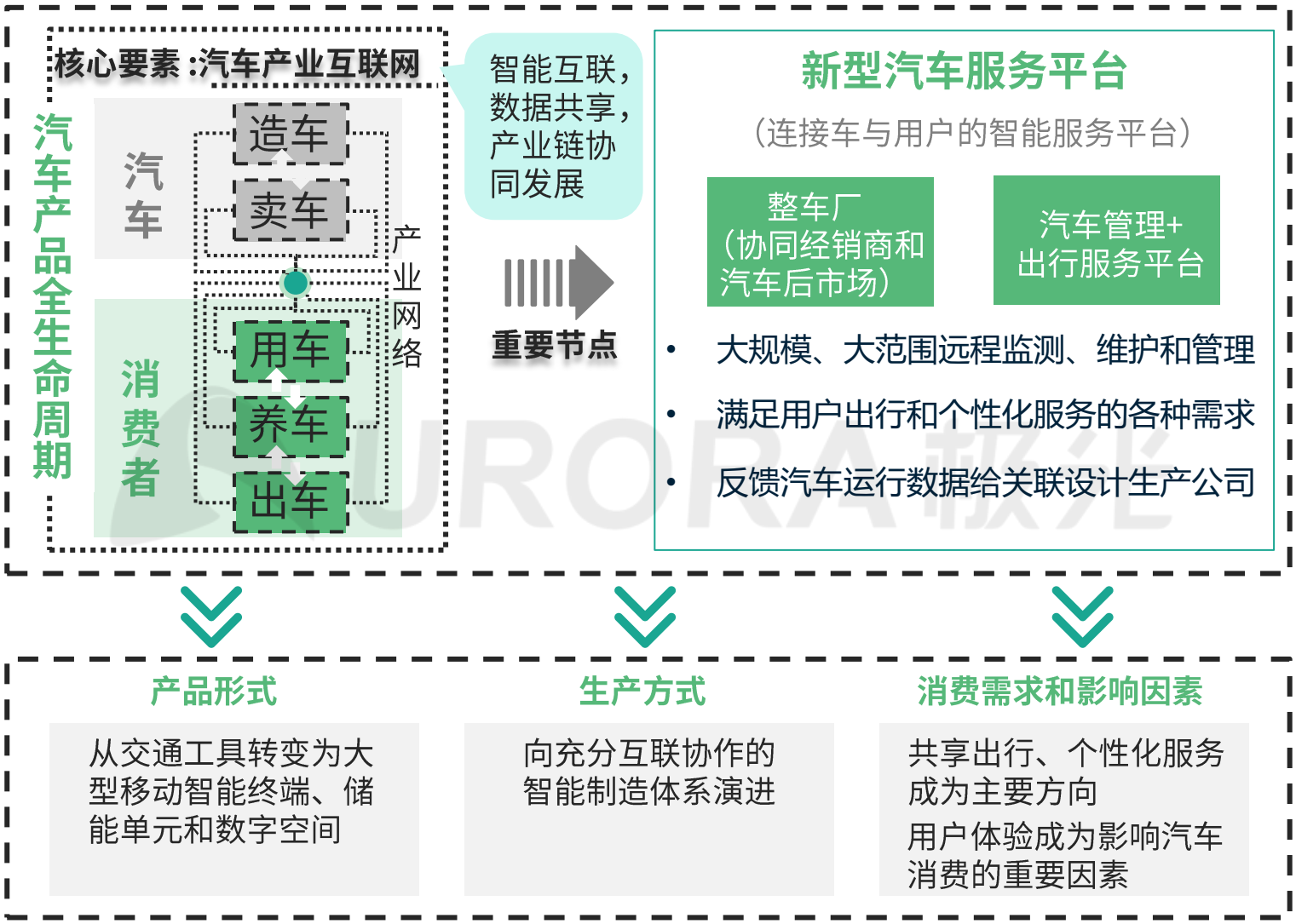
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

新汽车产业生态的内核

发挥新型汽车服务平台的节点作用，构建汽车产业互联网

- 构建汽车产业互联网，实现全产业链的智能互联和数据共享，是形成服务价值导向的新汽车生态网络的核心要素；新型汽车服务平台将成为紧密连接汽车生产和消费两端的重要节点，达成从汽车产品设计、生产、使用到回收的汽车全生命周期互联互通并网组网协同管理的目标
- 新汽车产业生态反映出汽车产业与互联网、新技术加速融合后产生的化学反应变化的成果；未来汽车生产将向智能制造迈进，汽车将不仅是交通工具，共享出行和个性化服务会成为汽车消费的重点

新汽车产业生态的核心要素和重要节点



资料来源：根据公开资料整理

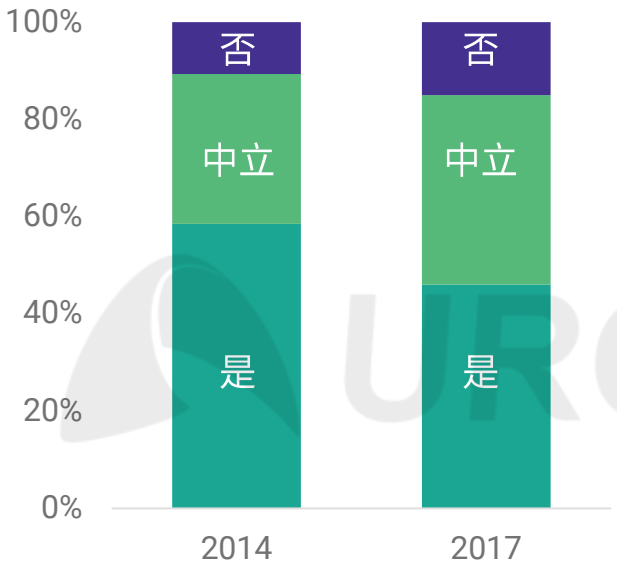
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

汽车产业新格局下，汽车所有权向使用权转移

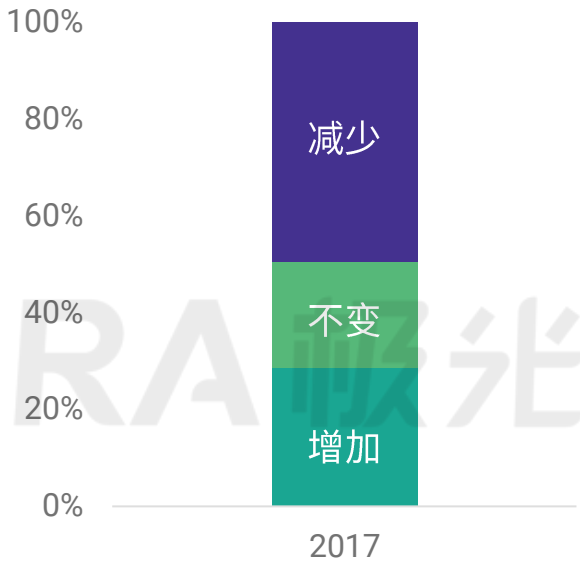
消费者由购车转向购买出行服务，汽车所有权与使用权分离

- 相关研究表明，在中国，汽车作为身份象征的价值观念正在变化，低于五成用户认可汽车能够提升自身社会地位的观点，这个比例低于三年前的调研结果；同时，研究显示接近五成用户认为汽车作为身份象征的重要性在减少
- 购车与购买出行服务的成本比较结果也使愈多用户转向购买出行服务；用户消费行为习惯的变化加速新格局下汽车所有权和使用权的分离

消费者关于汽车能否提升自身社会地位的观点



过去5年，汽车作为身份象征重要性的变化



消费者购买汽车的使用成本vs.购买出行服务支出费用

购买汽车的使用成本

- **直接成本**
  购车费、税费、保险、加油充电、维修保养、停车过路和各种检验等费用
- **间接成本**
  汽车购买和使用过程中的各种时间耗费成本、信息不对称和缺乏议价能力造成的各种商务损失
- **社会成本**
  汽车资源闲置造成的资源、能源、环境、土地和城市基础设施额外支出

购买出行服务支出费用

- **单次召车费**

资料来源：汽车作为社会身份的研究来自于贝恩公司，《2017年度中国出行市场研究2.0》；购买汽车与购买出行服务费用的比较来自于中国汽车报，王晓明著《新时代，新格局：汽车产业的解构和重构》

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

03

共享汽车行业现状及演进方向

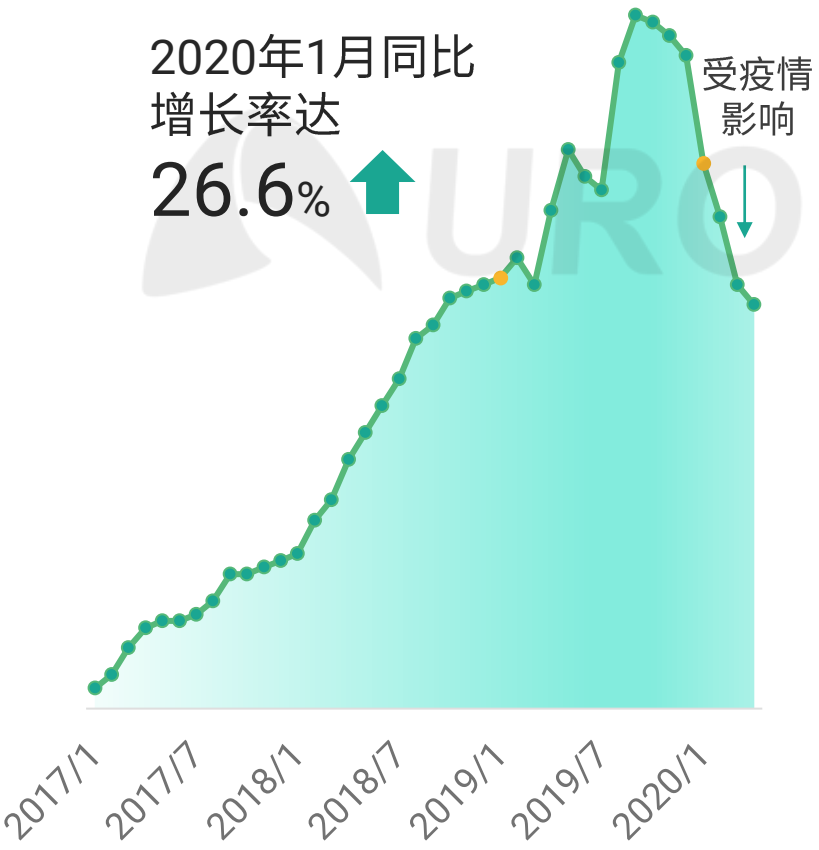
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

共享汽车行业用户规模持续攀升

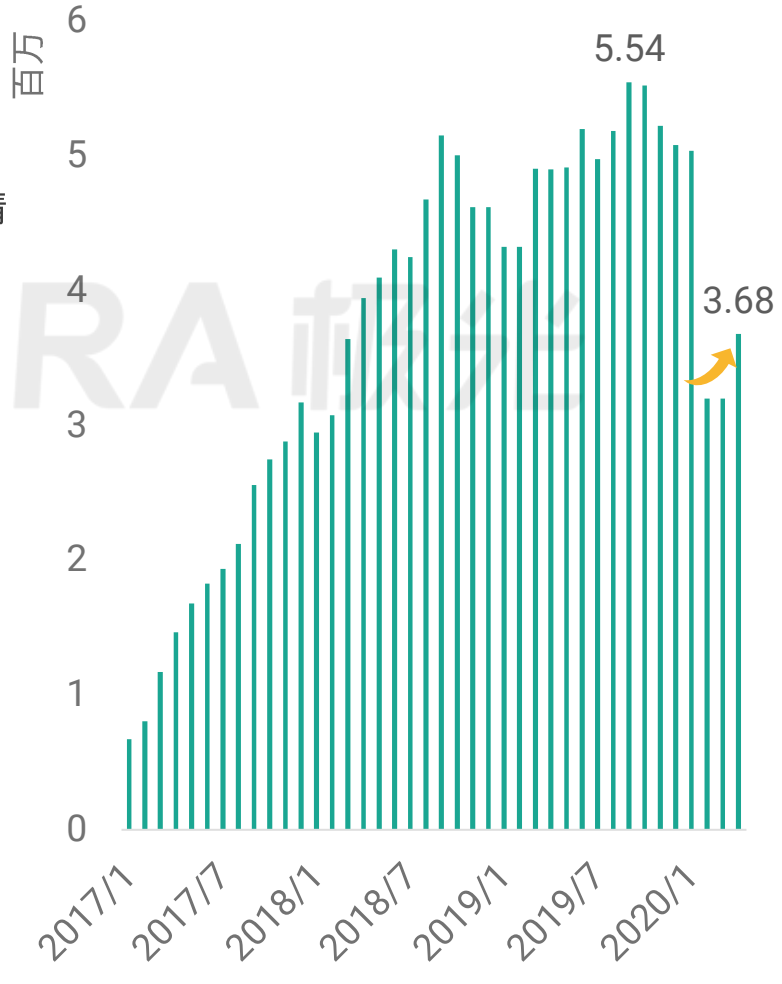
2020年1月，共享汽车行业渗透率同比增长26.6%

- 2017年以来，共享汽车行业用户渗透率不断攀升，在2019年9月达到近期高点；受疫情影响用户出行需求减少，2020年共享汽车行业渗透率有所回落；按照公安部数据，截至2019年6月，全国机动车驾驶人数为4.22亿人，汽车保有率达2.5亿辆，以多数共享汽车用户有证无车的特性计算，预估共享汽车行业用户在目标人群的渗透率接近4%
- 共享汽车行业月活用户规模在2019年9月达到554万的高点；疫情影响了2020年2月和3月的活跃用户规模，2020年4月共享汽车活跃用户规模有所回暖，回升至368万；说明随着疫情得到控制，存量用户的用车需求被激活

共享汽车行业渗透率



共享汽车行业MAU



数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2017.01-2020.04

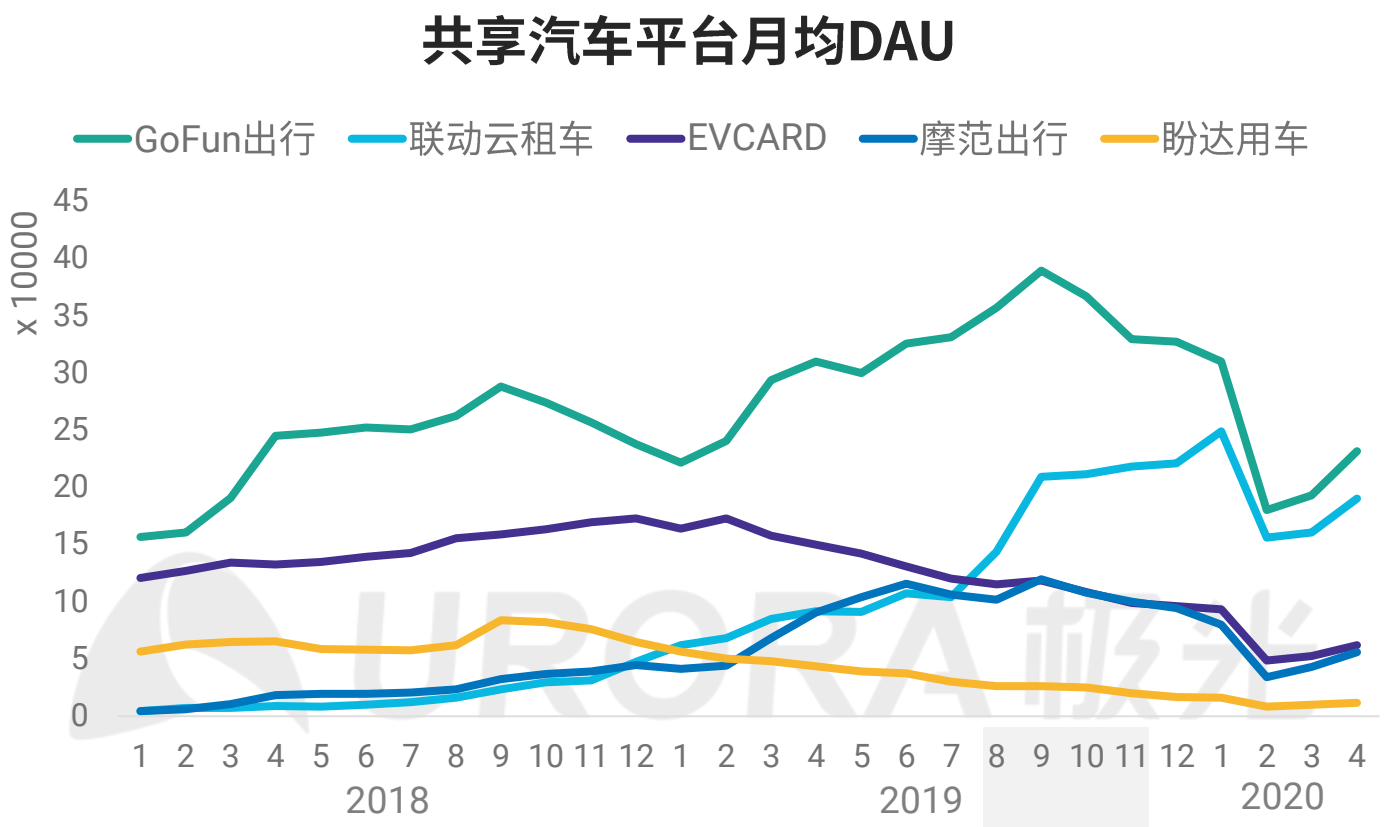
行业渗透率=当前安装该行业任一app的设备数／市场总设备数

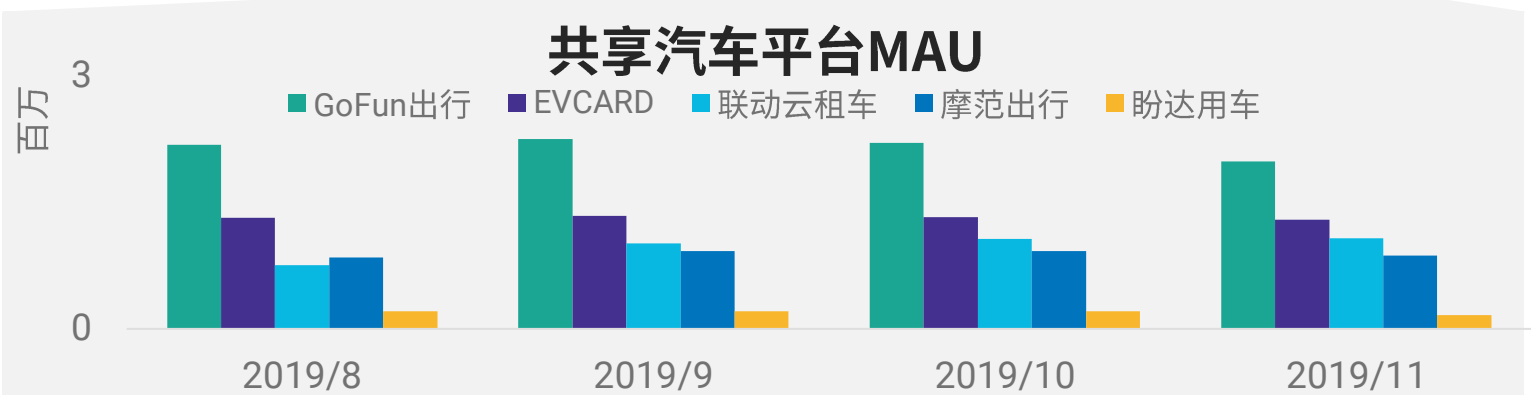
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

共享汽车平台活跃用户规模格局逐渐明朗

GoFun出行月均DAU和MAU均保持领先

- 在共享汽车头部平台中，GoFun出行2018年至2020年4月月均DAU持续领先，2019年9月达到最高值，接近40万；联动云租车后来居上，取得第二名位置；EVCARD位居第三
- 对比2019年8月至11月月均DAU高位区间，GoFun出行MAU同样保持领先优势，最高值近250万； EVCARD 保持MAU排名第二的位置，联动云租车取得第三名位置





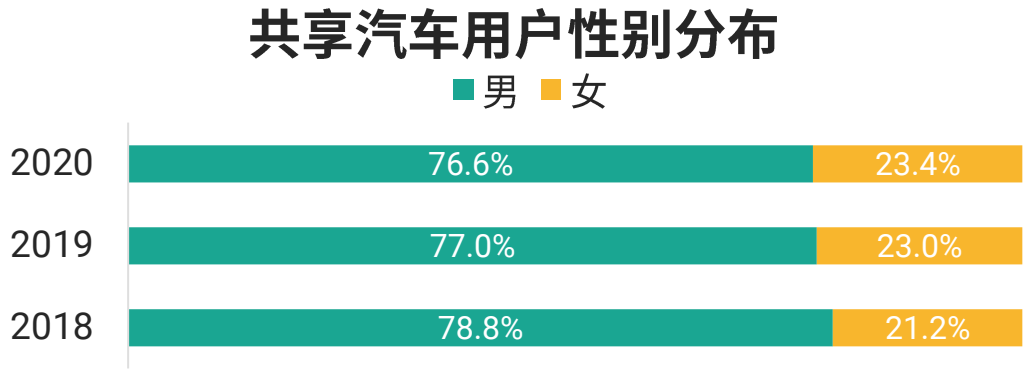
数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.01-2020.04

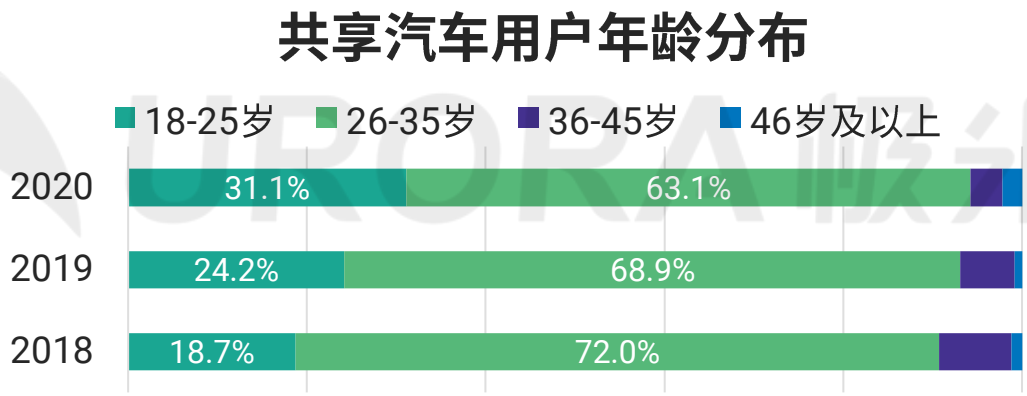
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

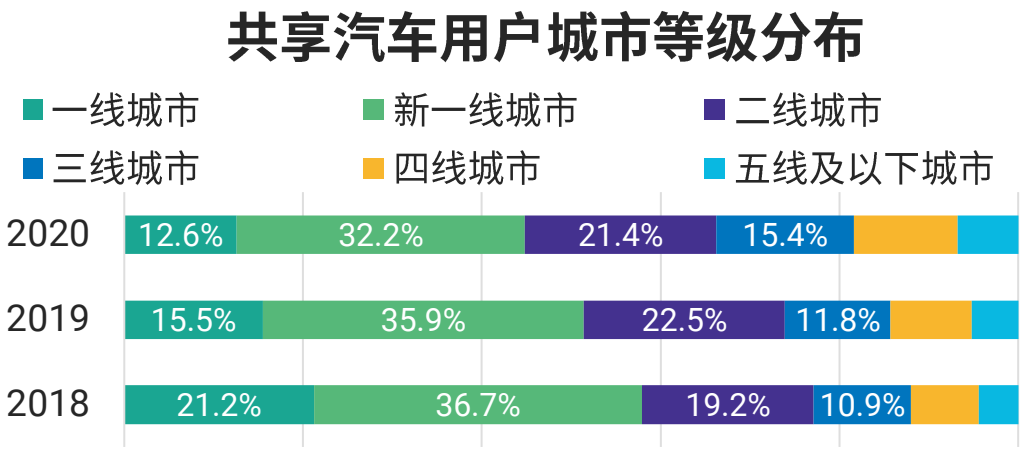
共享汽车行业拥有广泛的用户基础

共享汽车逐步获得更大范围用户的接纳

- 对比2018年、2019年和2020年的共享汽车用户画像可知，历年共享汽车男性用户均超七成，而女性用户占比逐年攀升
- 年龄层分布方面，18-25岁用户比例由2018年的18.7%上升至2020年的31.1%，大幅增长的年轻用户正是潜在的购车用户
- 城市等级分布方面，三线及以下城市的用户占比由2018年的22.9%上升至2020年的33.8%，共享汽车的用户逐步向三线及以下城市下沉，形成用户覆盖范围逐步扩大的特征







数据来源：极光(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.04-2020.04

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

2019共享出行平台发展两极化

精细化运营阶段，共享汽车平台差距逐渐拉开

- 在融资环境紧张的2019年，共享汽车加速进入精细化运营阶段；一方面，扩张过快或经营不善的共享汽车平台面临网点收缩、用户体验差、押金难退等问题，部分平台逐渐退出公众视野；另一方面，头部平台GoFun出行已经跳出分时租赁单体赛道，投入赋能汽车产业链新模式；相比起同时期的分时租赁企业，分时租赁只是GoFun的业务基础；行业发展的两极分化愈加显著
- 政策监管方面，相关部门落实鼓励和规范两手抓的管理方式；对于用户押金管理问题，有关部门提出用户押金“专用账户存管、专款专用”等要求；在行业发展方面，《交通强国建设纲要》提出“大力发展共享交通”；共享汽车作为当前共享交通的一大模式，更是需要把握机会彰显价值

2019年以来，共享汽车行业发展动态

- 2019年1月，PonyCar下架广州地区不合规车辆
- 2019年年初，黑猫投诉，多名用户反映立刻出行退押金难的问题
- 2019年7月，Car2go宣布退出中国
- 2019年10月，GoFun出行宣布全国多个城市已经实现盈利
- 2020年4月，盼达汽车与运营车辆提供方力帆乘用车的赔偿问题仲裁案开庭审理

2019年共享汽车行业发展政策动态

监管政策	交通运输新业态用户资金管理办法（试行）
明确提出用户押金“专用账户存管、专款专用”等要求，进一步强化用户资金管理	
鼓励政策	《交通强国建设纲要》
提出“大力发展共享交通，打造基于移动智能终端技术的服务系统，实现出行即服务。”	

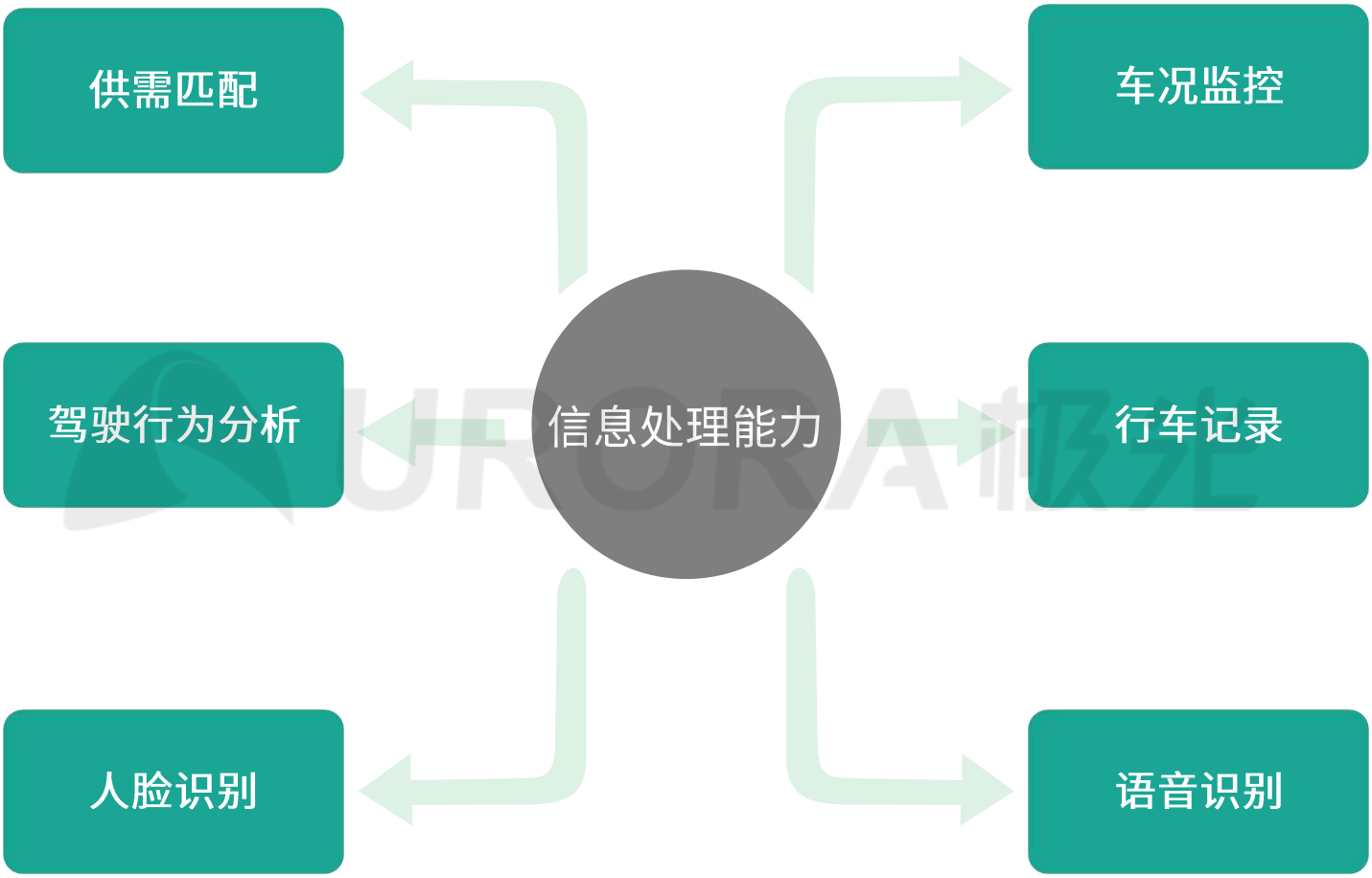
资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

多维数据积累和系统解决方案

数据分析和系统解决方案是共享出行的关键能力

- 共享汽车行业是数据分析密集型行业，从共享车辆停车网点的分布设置与需求人群的匹配，到驾车行为、车况监控和行车记录等环节均要求有强大的信息处理能力和系统解决方案；这些能力和方案是共享汽车2.0网联化、数字化和智能化的进程的技术支持基础



资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

丰富的线下运营实战经验和能力

走到2.0阶段的共享汽车平台都经过线下运营的磨练

- 在共享汽车1.0阶段，运营能力决定共享汽车平台能走多远；具有丰富的运营实战经验的共享汽车平台才有可能走到2.0阶段；这些运营能力主要指服务运营能力和资源调配能力，包含网点建设、车辆调度、车辆巡检、停车管理等；只有在较长的时间周期和一定规模的业务量的运营经历才能够充分锻炼共享汽车的运营能力

服务运营能力

资源调配能力

URORA 极光

车辆巡检	停车管理	充电管理	网点建设
道路救援	保险理赔	车辆调度	清洁服务

资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

传统共享汽车产业模式分析

重资产、重运营、收入来源单薄三座大山重压

- 传统共享汽车产业模式是共享汽车以汽车租赁的方式为用户提供出行服务；共享汽车运营商需要解决车、牌、停车网点、加油/充电、车辆维保、汽车保险等问题；而收入主要来自用户的汽车租金；这样重资产和重运营的商业模式让平台运营压力陡增，现金流紧张
- 当前模式下，共享出行平台的精细化管理和创新模式是持续经营的唯一出路；行业内，共享平台通过引入个人车源、众包车服和增加日租/月租等方式提升平台的运营能力和盈利能力

共享汽车行业的1.0阶段：分时租赁出行服务

模式分析

固定成本：	车辆购置、运营网点建设、车辆保险投入的固定成本
运营成本：	车辆折损、停车费用、技术开发维护费用、车辆管理费用、用户端营销费用
收入：	几乎全部来自于车辆租金

资料来源：根据公开资料整理

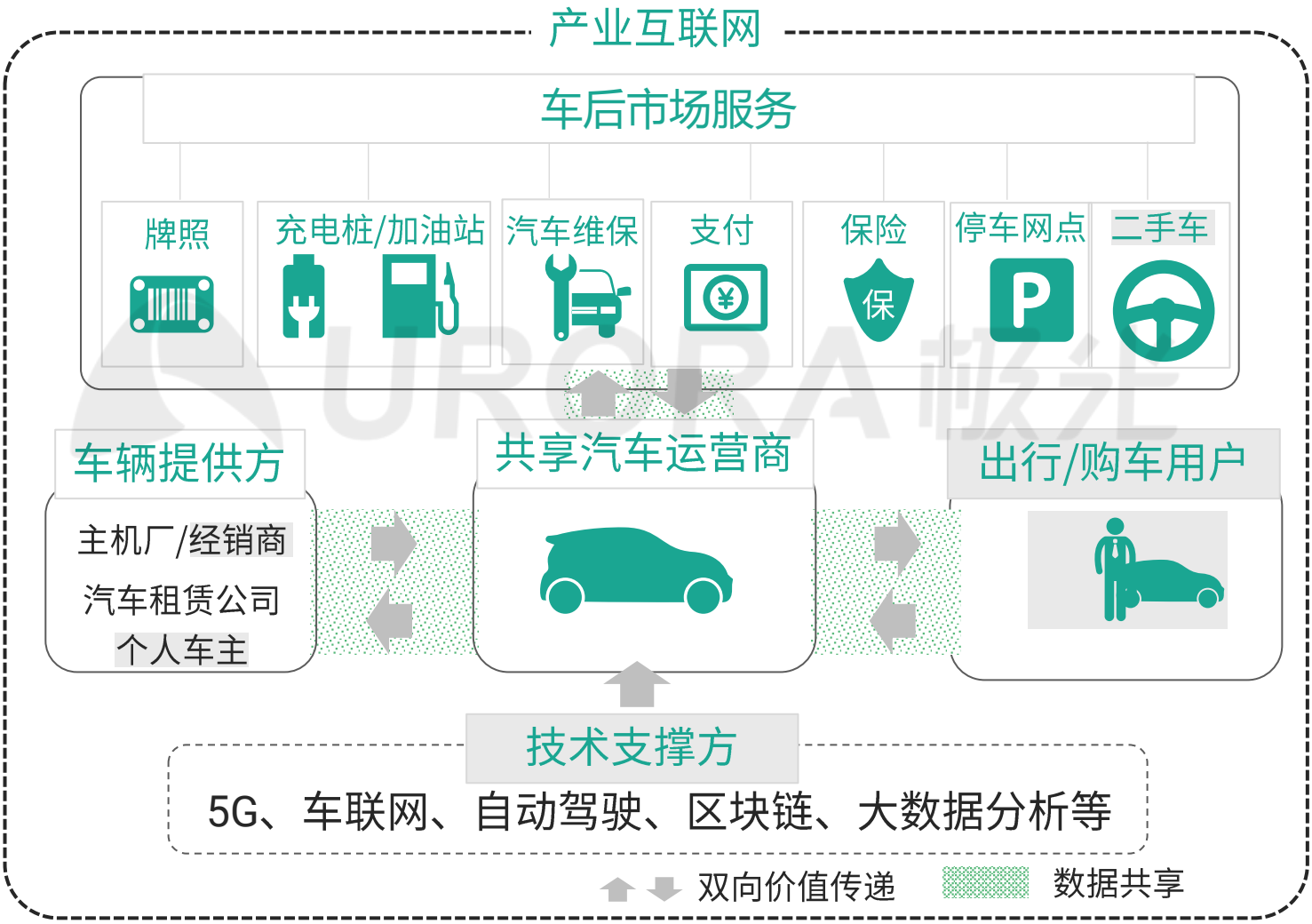
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

未来共享汽车发展模式的演进方向

共享汽车行业走进汽车管理和出行服务平台时代

- 共享汽车2.0阶段，共享汽车平台将成为掌握车辆运营管理的技术、数据和能力的平台化科技公司，盘活用户端的汽车资产的价值，向制造、销售、售后、二手车等全产业链赋能
- 在5G 、车联网、自动驾驶、区块链、大数据分析等技术的加持下，共享汽车平台将与汽车产业链上下游共建汽车产业互联网，成为连接汽车与用户的重要一环，大大提升产业链的服务效率
- 共享汽车2.0阶段平台的规模效应发挥作用，平台模式转化为轻资产模式，企业经营健康度提升，拥有更加广阔的发展空间

共享汽车行业的2.0阶段：汽车管理和出行服务平台



资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

04

共享汽车转型升级企业案例

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

GoFun出行打造业务新模式

夯实传统出行服务，突破创新业务模式

- 除了分时租赁，GoFun进一步扩展应用场景，推出日租、整租等业务，为消费者提供时间更灵活，支配程度更高的出行方式，为共享汽车的可持续发展提供新思路
- 除了传统业务，GoFun出行依托GoFun Connect体系推出创新业务，如新零售、试乘试驾、C2C、经销商入网和众包车服等，赋能产业链上下游

GoFun出行简介

GoFun 首汽共享汽车

GoFun出行是首汽集团旗下共享汽车平台，成立于2015年，覆盖城市80+，车型多样，套餐丰富，以分时租赁起家，在全国多个城市实现盈利的市场玩家。

GoFun出行业务新模式

资料来源：根据公开资料整理

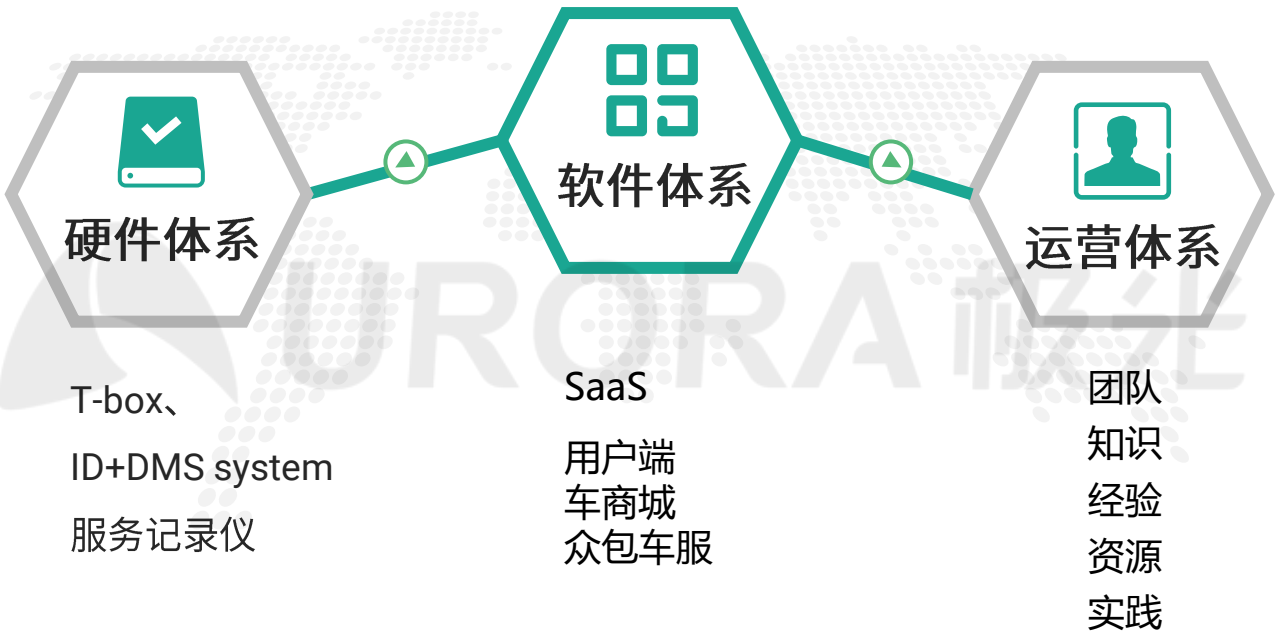
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

GoFun Connect商业应用系统

通过GoFun Connect体系与产业链共享共建

- GoFun出行在2019年10月推出GoFun Connect；GoFun Connect SaaS平台集硬件（3个）、软件（SaaS+3个端：用户端app、车商城、众包）、运营管理能力于一体，囊括了GoFun出行近年来的车辆管理能力、精细化运维能力和全链条的产业整合能力，三力合一
- 汽车经销商及合作伙伴可以基于该SaaS平台充分调动和盘活从车辆生产、投放运营、用户体系、车后市场服务、金融、保险、二手车买卖等车辆全生命周期体系

GoFun Connect商业应用系统



车辆生产、投放运营、车后市场服务、金融、保险、二手车买卖

资料来源：根据公开资料整理

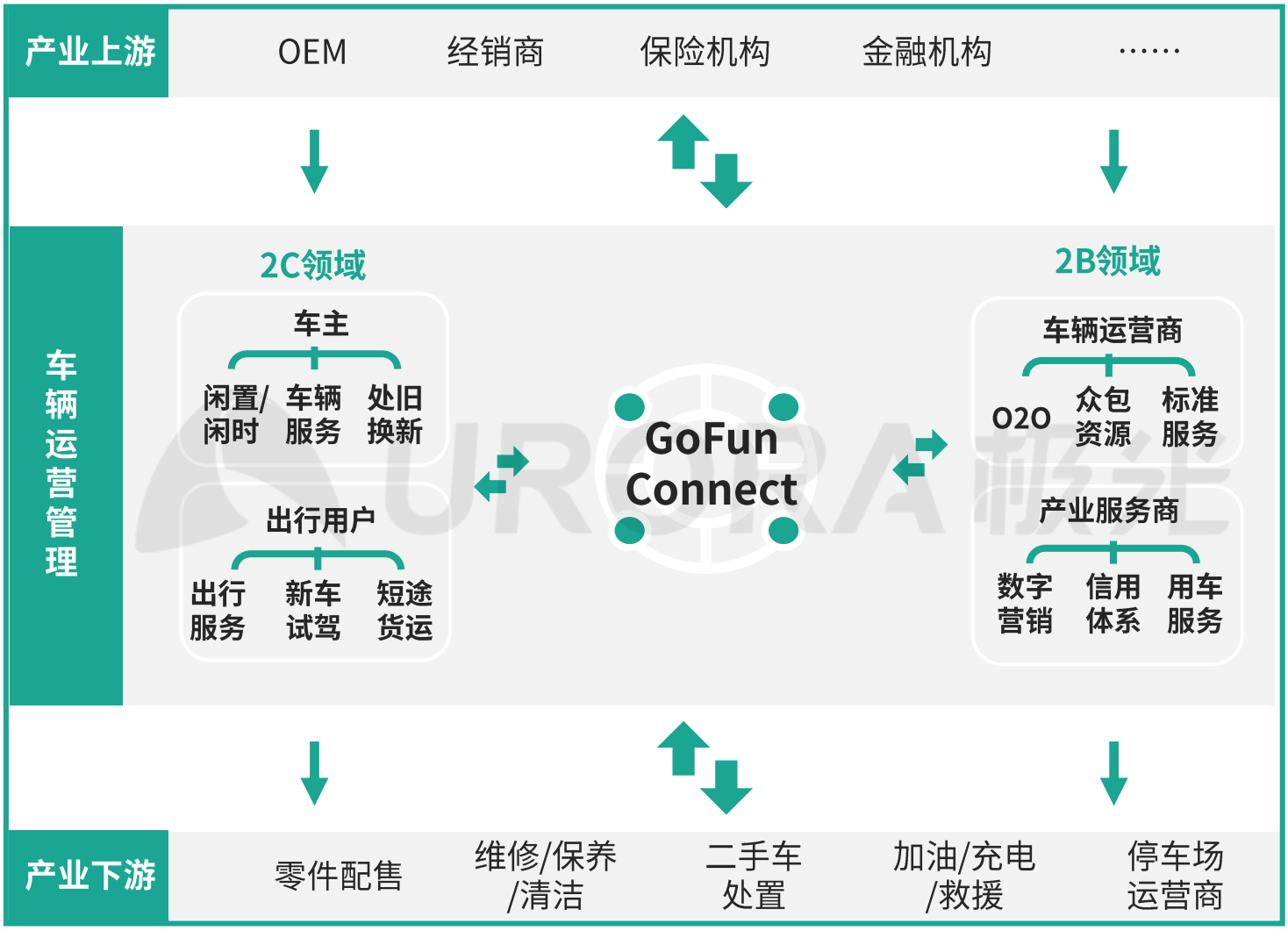
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

GoFun Connect的产业赋能模式

GoFun Connect以车连接用户和产业链上下游

- GoFun Connect以车为中心，通过软硬件的配套和平台运营，搭建汽车产业链上下游数据共享和转化的渠道，组建汽车产业互联网，提升产业运作效率和服务水平
- 在C端方面， GoFun Connect可以为车主提供闲置/闲时托管和处旧换新等服务，可以为出行用户提供出行、新车试驾和短途货运等服务；在B端方面， GoFun Connect可以为产业服务商提供数字营销、信用体系和用车服务，可以为车辆运营商提供O2O、众包资源和标准服务等

GoFun Connect赋能模式



资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

GoFun出行赋能汽车产业

提升销量、激活老客户等多维度促进产业发展

- 基于GoFun Connect系统，GoFun出行充分发挥产业互联网的特性，推出多项创新业务，帮助车企/经销商提升汽车产品销量，通过个人车辆托管，激活老客户置换购车的欲望，增加汽车售后产值；这些业务已经与多家主机厂、经销商、后市场服务商等产业链伙伴展开合作

GoFun出行赋能汽车产业

提升汽车销量

盘活存量老客户体系，促进老客户置换购车

增加售后入场台次，提升经销商现有售后效率

资料来源：根据公开资料整理

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

05

共享汽车未来发展趋势

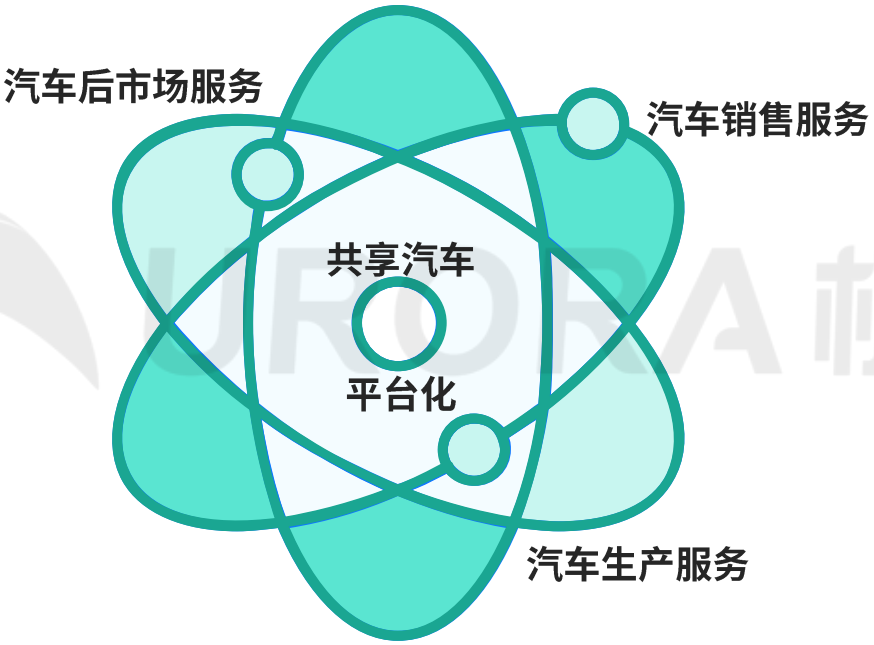
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

共享汽车进入平台化发展阶段

全面服务汽车产业链的2B业务成为共享汽车的新增长点

- 在中国汽车行业的服务化转型升级关键阶段，共享汽车发挥其出行服务和车辆运营的能力，与汽车产业链共建共享，跨界融合，实现多层联动的汽车产业互联网；共享汽车公司本身也向全面服务汽车产业链的2B平台发展
- 随着我国新型基础设施建设的推进，在5G、车联网、自动驾驶、区块链等新技术的加持下，汽车产业互联网发展的基础条件进一步满足，汽车产业互联网发展进入快车道，共享汽车将实现平台化科技公司转型；同时，2B业务将反哺共享汽车的分时租赁业务，为共享汽车平台获取更多车源和客户

共享汽车进入平台化发展之路



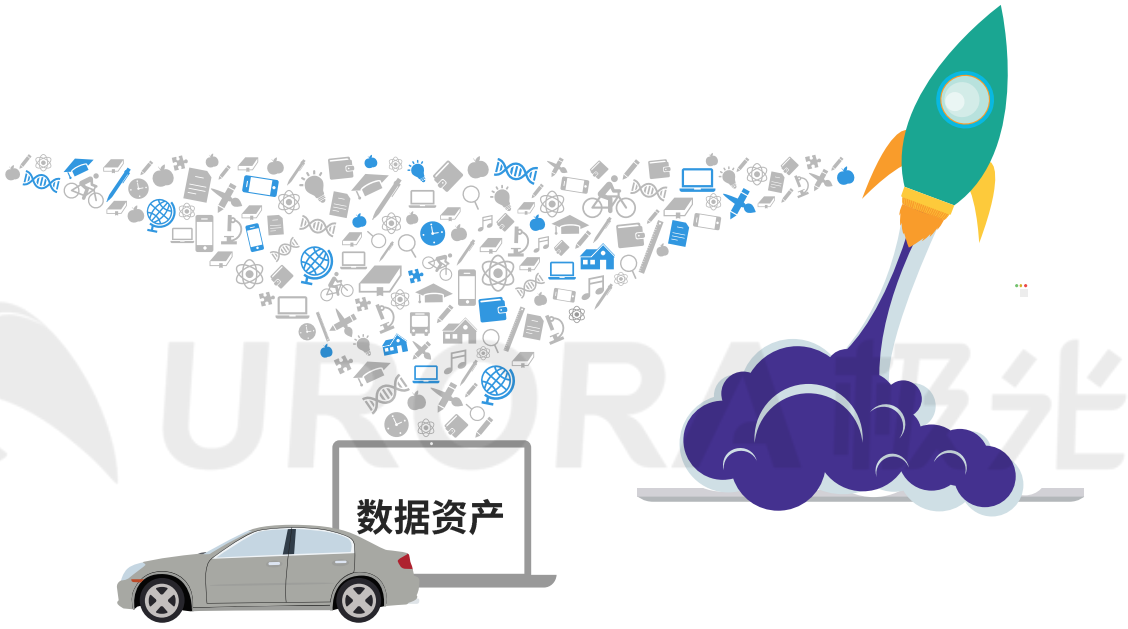
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

数据资产成为共享汽车发展新动能

数据运营能力是共享汽车的核心竞争力

- 数据是数字经济时代的关键生产要素之一；在汽车产业互联网发展的进程中，共享汽车承担着打通数据孤岛，实现汽车产业链的数字化互联互通的关键角色
- 随着共享汽车数字化平台的大范围推广应用，平台沉淀的数据体量和数据维度将大幅扩大；这些数据资产成为驱动汽车整体产业链数字化互联互通发展的关键，同时也帮助共享汽车平台做大做强

数据资产成为共享汽车发展新动能



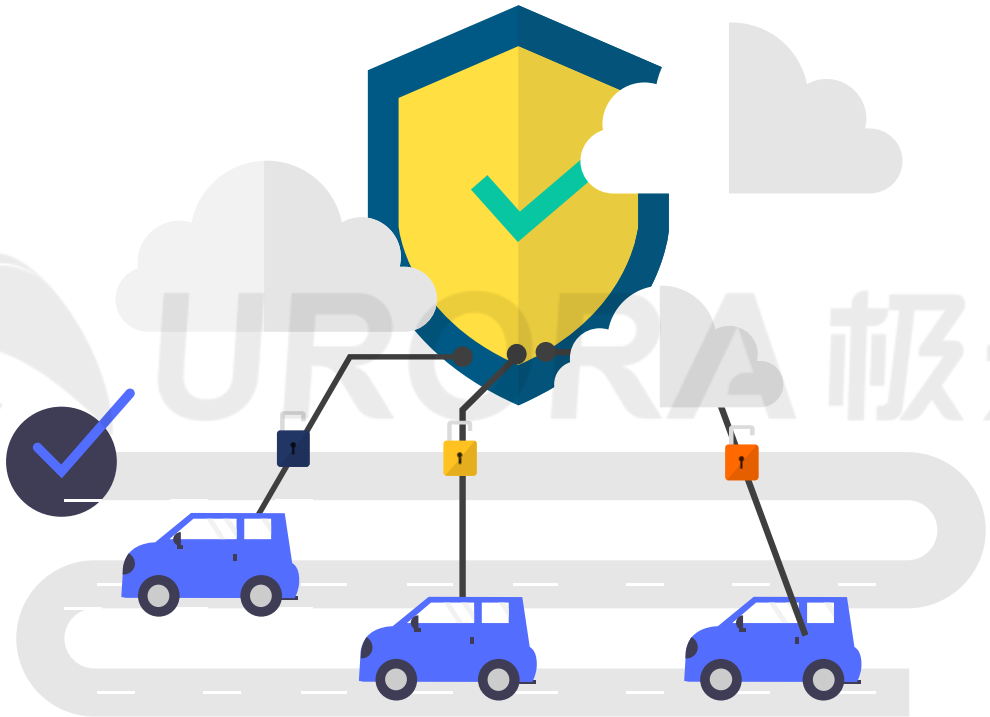
深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

信息安全成为行业关注焦点

主动防御汽车产业互联网的信息安全问题将成为共识

- 汽车产业互联网打破原先汽车产业链各环节孤立的网络系统，企业间业务和网络融合程度持续提升，与此同时，信息安全问题的重视程度亟需加强
- 作为连接用户和厂商两端的汽车产业互联网的枢纽，共享汽车公司更是需要警惕传统的信息安全技术在满足产业互联网信息安全的局限性，加快引入区块链等新兴技术；利用区块链等新兴技术完善用户身份验证、信用体系、数据共享、隐私保护、数据安全、数据溯源等方面的解决方案，更安全且高效地实现业务、数据、部门和不同角色之间的互联互通和共享

信息安全成为共享汽车行业关注焦点



深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

共享汽车行业的马太效应显现

强者恒强，共享汽车行业有望走出独角兽企业

- 在汽车产业互联网时代，共享汽车平台逐步转变为轻资产的出行服务平台科技公司，具有可靠的汽车管理和出行服务解决方案的平台会脱颖而出，与汽车产业链上下游互利共赢，形成规模效应；最终，强者恒强，共享汽车行业产生大型出行管理和出行服务平台；而市场上的中小玩家的出行服务生存空间将被挤压，将转型出行服务平台的技术提供商或直接退场

汽车产业互联网时代的共享汽车市场格局

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

报告说明

1．数据来源

1）极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG)，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；2）极光调研数据，通过极光调研平台进行网络调研；3）其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2．数据周期

报告整体时间段：2017年01月-2020年04月。

3．数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4．免责声明

极光JIGUANG所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光JIGUANG不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光JIGUANG无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5．报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

6．版权声明

本报告为极光JIGUANG所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

关于极光

极光（Aurora Mobile，纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、极光分享、短信、一键认证、深度链接等开发者服务。截止到2020年3月份，极光已经为约150万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计372亿，月度独立活跃设备13.6亿部。同时，极光持续赋能开发者和传统行业客户，推出精准营销、金融风控、市场洞察、商业地理服务产品，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

极光

全国数据咨询

胡畅达：hucd@jiguang.cn

投资机构数据咨询

Alan：alan.wong@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用

marketing@jiguang.cn

For developers , by developers

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2019 粤ICP备12056275号-13

URORA 极光